LIVRES

La sélection de la semaine

Management, formation, marketing…

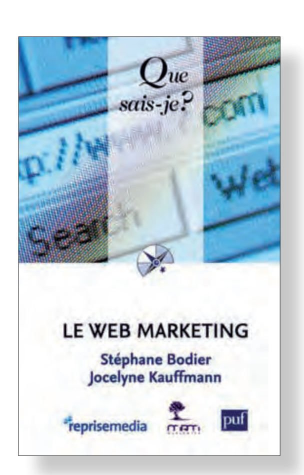
Marc Meynardi

Réussir vos négociations en Chine

AFNOR, avril 2011

Négocier en Chine ! Un défi que les chefs d'entreprise et managers approchent avec une appréhension certaine. L'auteur situe enfin ce sujet dans son contexte global ! Au travers d'un travail de fond, il vous transmet une synthèse claire, étayée d'exemples collectés auprès de professionnels expérimentés et actifs en Chine. La négociation s'insère dans un milieu d'affaires que l'auteur traite largement. Le lecteur trouvera de précieuses informations d'actualité sur l'entreprise chinoise, l'évolution de la société chinoise, les codes humains dans les affaires, et enfin, la négociation proprement dite. Cet ouvrage ne livre pas au lecteur de recettes miracles, mais apporte une compréhension de fond. C'est un précieux outil à emporter dans tous vos déplacements en Chine, et à garder à portée de la main à tout instant.





Stéphane Bodier et Jocelyne Kauffmann

Le Web marketing

PUF, avril 2011

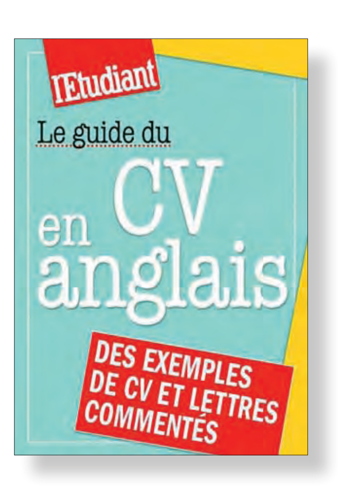
Le Web marketing est un nouveau métier, qui bouleverse toutes les règles du marketing classique. Chaque consommateur a des goûts, des moyens financiers, des aspirations qui lui sont propres et le web marketing permet de cibler beaucoup plus efficacement les consommateurs en fonction de leurs caractéristiques personnelles. Les nouveaux outils de communication rendent en effet possible de cerner au plus près ces aspirations puis d'individualiser la communication et l'offre commerciale en fonction de leur nature. Véritable alternative au marketing classique, il présente en outre un atout considérable : l'évaluation immédiate de l'efficacité d'une campagne. S'appuyant sur de nombreux exemples, cet ouvrage propose la première synthèse sur le web marketing. Il en définit les outils et les pratiques actuelles, et invite à cerner les probables usages de demain.

Elisabeth Blanchet et Marie-José Zhu

Le guide du CV en anglais

L'Étudiant, avril 2011

Pas à pas, clarifiez vos ambitions, rédigez votre CV et vos lettres de motivation grâce à des arguments convaincants. Candidat à une formation, un job d'été, un stage ou un poste dans une entreprise anglo-saxonne, découvrez des exemples de CV et lettres commentés pour éviter les faux pas et réussir votre candidature. Cet ouvrage explique comment rédiger un CV à l'anglaise ou à l'américaine, comment trouver du travail en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, les conditions de travail dans ces pays ainsi que les différences avec une candidature française.





Collectif Démos

Déjouer les pièges des acheteurs : la partie de Go

Démos, avril 2011

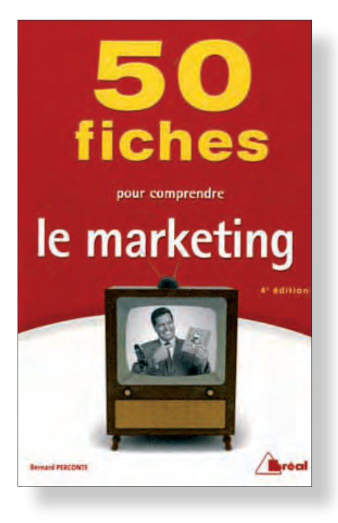
Les commerciaux sont régulièrement amenés, lors de la négociation des contrats, à rencontrer un acheteur professionnel, c'est-à-dire une personne membre d'un service Achats. Celui-ci peut être fin stratège… et employer des ruses pour arriver à ses fins avec le vendeur ! Cet ouvrage présente trois pièges qui s'apparentent à ceux que l'on peut rencontrer dans une partie de go, parfois proche de l'art militaire : la manipulation de l'information, la non-qualité et l'introversion par calcul. Il vous permettra de détecter la nature du piège mis en place par l'acheteur, de mettre en œuvre différentes parades pour le déjouer et de répondre aux variantes possibles du piège.

Bernard Perconte

50 fiches pour comprendre le marketing

Bréal, avril 2011

Cet ouvrage présente 50 thèmes essentiels du marketing. Illustré de documents variés, il met l'accent sur les évolutions et les mutations du marketing moderne. La structure en fiches permet d'aller directement à l'essentiel et de trouver rapidement l'information recherchée. Ce livre s'adresse à l'ensemble des étudiants en ESC, MSG, STS, IUT ayant un cours de marketing dans leur cursus universitaire. Les professionnels y trouveront également des informations très utiles.





Collectif Démos

Déjouer les pièges des acheteurs : la partie d'échecs

Démos, avril 2011

De plus en plus souvent, les vendeurs sont amenés, lors de la négociation des contrats, à rencontrer un acheteur professionnel, c'est-à-dire une personne membre d'un service Achats. Ils peuvent alors se trouver face à de véritables stratèges qui utilisent différentes techniques pour arriver à leurs fins, notamment en tendant des pièges divers et variés à leurs interlocuteurs. Cet ouvrage aborde trois pièges qui s'apparentent à ceux que l'on peut rencontrer dans une partie d'échecs, où les qualités tactiques et les facultés d'anticipation sont primordiales : se faire préciser le business, la fausse piste et le «saucissonnage» de la négociation.

Valérie Baron

Pratiquer le management de l'environnement

AFNOR, avril 2011

Vous souhaitez mettre en œuvre un programme de management environnemental, ou tout simplement vous assurer de l'efficacité de votre système et de sa conformité à la norme NF EN ISO 14001 ? Voici le mode d'emploi ! Ce livre offre une lecture commentée pas à pas de la norme et permet de comprendre l'esprit du référentiel ISO 14001, d'identifier ses exigences et ses évolutions, de déterminer sa compatibilité avec l'ISO 9001 et de fixer des niveaux d'objectifs en fonction d'une politique établie. Vous pourrez ainsi construire votre système et en démontrer l'efficacité, piloter et évaluer votre démarche environnementale et appréhender la notion d'amélioration continue de la performance environnementale.





Collectif Démos

Déjouer les pièges des acheteurs : la partie de poker

Démos, avril 2011

De plus en plus souvent, les vendeurs sont amenés, lors de la négociation des contrats, à rencontrer un acheteur professionnel, c'est-à-dire une personne membre d'un service Achats. Ils sont alors face à de véritables stratèges, qui peuvent adopter certains comportements pour déstabiliser le commercial, et ainsi le piéger. Cet ouvrage présente trois pièges qui s'apparentent à ceux que l'on peut rencontrer dans une partie de poker, au cours de laquelle l'attitude, parfois agressive, à l'égard des autres joueurs, a pour but de les déstabiliser : l'accueil volontairement désagréable de l'acheteur, l'introduction de tierces personnes dans l'entretien pour jouer au bon et au méchant, ainsi que l'agressivité et la déconsidération.